

Hábitos de Consumo de Doces e Sobremesas - Brasil - Fevereiro 2018

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



“Apesar da crescente preocupação com a saúde, é preciso ter em mente que a indulgência e o sabor ainda são os atributos mais importantes para a categoria. Ao consumir doces e sobremesas, os brasileiros estão principalmente em busca de momentos prazerosos, que melhorem seu humor e seu bem-estar emocional”.

– **Ana Paula Gilsogamo, Analista de alimentos e bebidas**

Este relatório responde às seguintes questões:

A categoria de doces e sobremesas, por não ser essencial, vem sofrendo com a crise econômica e a queda do poder aquisitivo do consumidor. Segundo a pesquisa, 16% dos consumidores disseram estar comendo “marcas mais baratas de doces ou sobremesas”. Além disso, a categoria também vem sendo impactada pela preocupação dos brasileiros em relação à saúde. Ainda de acordo com a pesquisa, 30% dos entrevistados afirmaram limitar a quantidade de doces/sobremesas que consomem como parte de uma dieta saudável.

**COMPRE ESTE
Relatório agora**

VISITE:
store.mintel.com

LIGUE:
EMEA
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil
0800 095 9094

Américas
+1 (312) 943 5250

China
+86 (21) 6032 7300

APAC
+61 (0) 2 8284 8100

EMAIL:
reports@mintel.com

Você sabia?

Este relatório é parte de uma série de relatórios produzidos para lhe proporcionar uma visão mais holística do mercado

Hábitos de Consumo de Doces e Sobremesas - Brasil - Fevereiro 2018

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Sumário

Visão Geral

O que você precisa saber

Definição

Resumo Executivo

Desafios

A categoria, vista como não essencial, sofre com a insegurança econômica do país

Preocupação com a saúde e aumento dos casos de obesidade e diabetes são desafios a serem enfrentados pela categoria

Oportunidades

Busca pela indulgência e bem-estar emocional são oportunidades para a categoria

A preocupação com a saúde pode impulsionar a presença de alternativas mais saudáveis dentro da categoria

O consumo como lanchinho entre refeições pode ser oportunidade de expansão para a categoria

O que nós pensamos

O Mercado – O Que Você Precisa Saber

Recuperação gradativa da economia e preocupação com a saudabilidade afetam a categoria

Fatores Que Influenciarão o Mercado

Queda no índice da inflação

Apesar do recuo, a taxa de desemprego ainda é alta

Envelhecimento da população

60% da população adulta brasileira tem sobrepeso

Aumento dos casos de hipertensão e diabetes no Brasil

Promoção de saúde do governo federal visa diminuir consumo de açúcares

Alteração nos rótulos inclui alergênicos e teor de lactose

Empresas, Marcas e Inovações – O Que Você Precisa Saber

Arcor ensina consumidores a preparar doces e sobremesas com os produtos da marca

Restaurantes fast-food investem em combinações inusitadas de sabores doces e salgados

Nestlé anuncia que reduzirá o açúcar de seus produtos sem afetar seu sabor

Campanhas e Ações de Marketing

Arcor ensina consumidores a preparar doces e sobremesas com seus produtos

Figura 1: Campanha "receitas mágicas – Sorvete de Paçoca Amor" Arcor Brasil, Outubro de 2017.

Restaurantes fast-food investem em combinações inusitadas de sabores doces e salgados

Figura 2: Chocofritas - Burger King

Figura 3: Sundae Bacon – Burger King

Figura 4: Pão de Queijo com Nutella – McDonald's

Cacau Show investe em diversos modelos de negócio, ampliando as opções de comercialização de seus produtos

Figura 5: Modelos de Negócio – Cacau Show

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Hábitos de Consumo de Doces e Sobremesas - Brasil - Fevereiro 2018

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Nestlé anuncia que reduzirá o açúcar de seus produtos sem afetar seu sabor

Quem Está Inovando?

Doces e sobremesas com embalagem para consumo on-the-go atraem consumidores brasileiros

Figura 6: Porcentagem de lançamentos com o claim de "para uso/consumo em qualquer lugar", entre os países que maior número de lançamento com esse claim e Brasil, pelo total de lançamento de doces e sobremesas*, jan 2015 – dez 2017.

Brasileiros buscam por opções de doces e sobremesas com benefícios funcionais/nutricionais.

Figura 7: Porcentagem de lançamentos funcionais e/ou com benefícios nutricionais adicionados *em relação ao total de lançamentos na categoria de doces e sobremesas**, por top 5 países desse tipo de lançamento, jan 2015 – dez 2017.

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Investimento em sobremesas de padaria, bolos e tortas doces são oportunidade para as marcas próprias de supermercados

Posicionar doces/sobremesas como lanchinho para matar a fome entre refeições pode ser oportunidade junto aos estudantes

Alternativas mais saudáveis a doces e sobremesas podem atrair brasileiros diante da diminuição de consumo da categoria

Apesar da preocupação com a saúde e excesso de açúcar, o prazer da indulgência é muito importante para a categoria.

Produtos semi-prontos e de preparo rápido podem ser oportunidade junto às mulheres mais jovens.

Hábitos de Compra

Investimento em sobremesas de padaria, bolos e tortas doces são oportunidade para as marcas próprias de supermercados

Figura 8: Hábitos de compra, tipo de doce/sobremesa por ponto de venda, Janeiro 2018.

Ingredientes premium podem atrair consumidores das classes AB para lojas especializadas

Figura 9: Hábitos de compra, tipo de doce/sobremesa por ponto de venda, Janeiro 2018.

Figura 10: Campanha Festival de Brigadeiro - Ofner

Bebidas doces atreladas a marcas conhecidas podem ser oportunidade para restaurantes junto ao público masculino

Figura 11: Hábitos de compra, Em restaurantes ao fazer uma refeição, por idade e gênero, Janeiro 2018.

Fatores de escolha

Ofertas especiais e promoções podem ser uma estratégia importante para o lançamento de novos sabores.

Figura 12: Fatores de escolha de doces e sobremesas, pelo total, janeiro 2018

Figura 13: "Doughnuts, popcorn, action!" – Krispy Kreme e Cinemex

Doces e sobremesas mais saudáveis em embalagens individuais podem atrair os consumidores com 35 anos ou mais

Figura 14: Fatores de escolha de doces e sobremesas, pela faixa etária, janeiro 2018

Posicionar doces/sobremesas como lanchinho para matar a fome entre refeições pode ser oportunidade junto aos estudantes

Figura 15: Fatores de escolha de doces e sobremesas, mata a fome, por ocupação, janeiro 2018.

Mudança no hábito de consumo

Alternativas mais saudáveis a doces e sobremesas podem atrair brasileiros diante da diminuição no consumo da categoria

Figura 16: Mudança no hábito de consumo de doces e sobremesas, pelo total, janeiro 2018.

Ensinar receitas fáceis de doces/sobremesas para fazer em casa pode ser oportunidade para marcas e pontos de venda

Figura 17: Campanha "Cook This Page" – IKEA

Figura 18: Campanha "Cook This Page" – IKEA

Oferecer opções menores de doces e sobremesas pode ajudar lojas especializadas a driblar a questão do preço junto ao público 16-34.

Figura 19: Mudança no hábito de consumo de doces e sobremesas, pela faixa etária, janeiro 2018.

Comportamento em relação a doces/sobremesas

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com

Hábitos de Consumo de Doces e Sobremesas - Brasil - Fevereiro 2018

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Apesar da preocupação com a saúde e excesso de açúcar, o prazer da indulgência ainda é muito importante para a categoria.

Figura 20: Comportamento em relação a doces/sobremesas, pelo total, janeiro 2018.

Associar sobremesas/doces ao bem-estar emocional pode atrair os consumidores

Ampliar a variedade de lançamentos, investindo em edições especiais e produtos sazonais, pode atrair as classes AB

Figura 21: Comportamento em relação a doces/sobremesas, por perfil socioeconômico, janeiro 2018.

Figura 22: Zombie Frappuccino – Starbucks

Figura 23: Unicorn Frappuccino - Starbucks

Interesse em Inovação

Investir em lançamentos de doces/sobremesas internacionais pode ser oportunidade junto ao consumidor brasileiro

Figura 24: Interesse em inovação, pelo total, janeiro 2018.

Brasileiros demonstram interesse por doces/sobremesas com sabores típicos brasileiros.

Figura 25: Interesse em inovação, por tipo de sobremesa comprada nos últimos seis meses, janeiro 2018.

Produtos semi-prontos e de preparo rápido podem ser oportunidade junto às mulheres mais jovens.

Figura 26: Interesse em inovação, por gênero e faixa etária, janeiro 2018.

Apêndice – Abreviações

Abreviações

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: reports@mintel.com